

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Elisa Kiiskinen

OPASKIRJA SUOMALAISNAISEN BISNESPUKEUTUMISEEN

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2016



OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2016
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
(013) 260 6800

Tekijä(t)
Elisa Kiiskinen

Nimeke
Opaskirja suomalaisnaisen bisnespukeutumiseen

Tiivistelmä

Tämä opinnäytetyö antaa liiketoiminnassa mukana olevalle suomalaiselle naiselle ohjeita bisnes- ja etikettipukeutumiseen. Opinnäytetyö esittelee bisnespukeutumisen lähtökohtia ja avaa etikettipukeutumisen termistöä sekä sen peruselementtejä.

Opinnäytetyön tarkoitus on helpottaa bisnespukeutumisen haasteita sekä selventää pukeutumisen ja liiketoiminnan yhteyttä. Lisäksi opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, kuinka tärkeä asema pukeutumisella on liiketoiminnassa.

Opinnäytetyössä käytettiin aineistona aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä laadullista haastatteluaineistoa. Opinnäytetyön toiminnallinen osa on tyyliopas naisten bisnespukeutumiseen. Opinnäytetyötä varten haastateltiin kahta alan ammattilaista; bisnespukeutumisen kouluttajaa ja konsulttia, Tuija Kauppista, sekä muoti- ja tyylikonsulttia Leena Sarvea.

Kieli
suomi

Sivuja 30
Liitteet 2

Asiasanat

bisnespukeutuminen, etiketti, työpukeutuminen, etikettipukeutuminen



THESIS
April 2016
Degree programme in
Business Economics

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
FINLAND

Author (s)
Elisa Kiiskinen

Title
Compiling a Guidebook for Finnish women for Business Attire

Abstract

This thesis gives guidelines for dress code and etiquette for Finnish women in business. The thesis introduces the premises for proper business attire and discusses the relevant terminology and basic elements of business dress code etiquette.

The purpose of this thesis is to provide help for some of the challenges of business dress code and to determine the connection between business and attire. In addition, the purpose of the thesis is to study how important the role of dress code is in business.

The thesis was based on relevant literature. The methods included qualitative interviews with two experts in the field. They were a business dress-code coach and consultant, Tuija Kauppinen, and a fashion and style consultant Leena Sarvi. The thesis was practice-based and produced a guidebook for proper business dress code for women.

Language

Finnish

Pages 30

Appendices 2

Keywords

business clothing, etiquette, workwear, internationalism, etiquette dressing

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät	6
3	Pukeutuminen ja liiketoiminta	7
4	Vaatteiden viestintä.....	8
5	Liike-elämän pukuetiketti	10
5.1	Meillä ja muualla	11
5.2	Pukukoodit	12
5.3	Värien viestintä	14
5.4	Tatuoinnit ja lävistyksset.....	17
6	Asun valinta	18
6.1	Laadun merkitys pukeutumisessa.....	20
6.2	Asusteet.....	21
6.3	Oman vartalotyypin tunnistaminen.....	23
6.4	Persoonallinen pukeutuminen.....	27
7	Pohdinta.....	28
	Lähteet.....	31

1 Johdanto

Bisnespukeutumisella tarkoitetaan työympäristön normien mukaan luotua etikettipukeutumista. Suomessa bisnespukeutuminen on suhteellisen uusi käsite ja siksi yritykset ja esimiehet usein keskittyvät pukeutumisen tärkeyteen turhan vähän. Pukeutumisella on liiketoiminnassa erittäin suuri merkitys, ja vaikka jokaisessa ammatissa on erilaiset pukeutumiskoodit, tulisi pukeutumisen heijastaa yrityksen imagoa, samoin kuin omaa persoonallisuuttakin. Tyylikäs bisnespukeutuminen ja asianmukainen kokonaisuus syntyvät laadukkaista materiaaleista ja asianmukaisista värivalinnoista. Asusteilla omaa persoonallisuuttaan voi tuoda esille, rikkomatta kuitenkaan etikettiä.

Bisnespukeutumisessa naisten pukeutuminen on miehiä vapaampaa, mutta koska bisnespukeutumiskulttuuri on Suomessa melko uusi, on pukeutumisetiketti monelle melko vieras asia. Opinnäytetyössä tutkitaan, mitä bisnespukeutuminen on, nimenomaan suomalaisen businessnaisen näkökulmasta, ja mikä vaikutus sillä on liiketoiminnassa. Tutkimuksen tarkoituksena on luoda opaskirja helpottamaan bisnespukeutumista ja sen ymmärtämistä.

Luku kolme (3) avaa pukeutumisen ja liiketoiminnan yhteyttä sekä bisnespukeutumisen historiaa. Luvussa neljä (4) paneudutaan vaatteiden keinoihin viestiä sekä pukeutumisen merkitykseen ensivaikutelman muodostumisessa, sekä ensivaikutelman vaikutusta lopullisen asennoitumisen syntymiseen. Viides (5) luku avaa puolestaan liike-elämän pukeutumisetikettiä. Luvussa keskitytään pukukoodeihin ja niiden asettamiin rajoituksiin, värien viestintään, sekä tatuointeihin ja lävistykseen työelämässä. Luku kuusi (6) opastaa oikeanlaisen asukokonaisuuden valintaan. Luku keskittyy laadun tärkeyteen niin vaatteissa kuin asusteissakin. Lisäksi valotetaan, kuinka oman vartalotyyppin tunnistaa, ja millaiset vaatteet pukevat omaa vartaloa parhaiten. Lopuksi luvussa puhutaan persoonallisesta pukeutumisesta ja sen soveltamisesta työ- ja bisnespukeutumi-

seen. Kokonaisuutena työ muodostaa opaskirjan suomalaisnaisen bisnespukeutumiseen.

2 Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tavoite oli opastaa suomalaista bisnesuraansa aloittavaa tai siellä jo työskentelevää naista pukeutumaan ammattinsa, asemansa, työnkuvansa ja työympäristönsä vaatimalla tavalla. Tavoitteena on avata sekä selkeyttää bisnespukeutumisen pääelementtejä, esimerkiksi pukukodeja ja etiketin asettamia rajoituksia, sekä antaa vinkkejä toimivan kokonaisuuden löytämiseksi.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä olen käyttänyt laadullista haastattelututkimusta. Tutkimusta varten haastattelin kahta alan ammattilaista, bisnespukeutumisen kouluttajaa ja konsulttia Tuija Kauppista sekä muoti- ja tyylikouluttajaa Leena Sarvea. Haastattelut olivat avoimia teemahaastatteluja ja ne koostuivat yhteensä yhdestätoista kysymyksestä. Molemmat haastattelut nauhoitettiin sekä niistä tehtiin litteraatiot. Laadullista tutkimusotetta käytin siksi, että määrällinen tutkimus ei olisi palvellut tutkimuksen tarkoitusta. Laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus auttaa vastaamaan kysymyksiin, kuten miksi ja miten, sekä se selvittää syvällisemmin tutkittavaa kohdetta (Inspirans. 2014). Tutkimuksen tavoitteena oli luoda opas bisnespukeutumiseen, ja siksi laadullinen tutkimus alan ammattilaisten haastattelemiseksi valikoitui opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi. Molemmat asiantuntijahaastattelut löytyvät liitteinä opinnäytetyön lopusta.

Koska opinnäytetyön tarkoitus on toimia oppaana bisnespukeutumiseen, laadullisen tutkimuksen lisäksi opinnäytetyö on myös toiminnallinen tutkimus. Toiminnallinen tutkimus on kehittämistyö, joka selkeyttää työelämässä käytännön toimintaa tai jotakin sen osa-aluetta (Virtuaali ammattikorkeakoulu. 2015). Tä-

män opinnäytetyön selkeytyksen kohteena on pukeutumisen merkitys liiketoiminnassa.

3 Pukeutuminen ja liiketoiminta

Vaikka työmaailmassa tärkeintä onkin ammattitaito ja työntekijän pätevyys, ei pidä väheksyä ulkoisen olemuksen merkitystä. Tyylikäs ja asiallinen pukeutuminen voi edistää menestystä työelämässä, antaa toivotun kuvan yrityksestä jossa työskentelemme ja myös viestiä persoonallisuudestamme (Keinonen 1991, 67.) Tyylikäs pukeutuminen kohottaa itsetuntoa, mutta pukeutumisessa ei ole kyse vain pukeutujasta; pukeutumalla asiallisesti ja tyylikkäästi pukeutuja on kohtelias ja osoittaa kunnioitusta muita kohtaan. ”Pukeutuminen on osa imagoa ja viestii enemmän kuin tuhat sanaa.” (Hakala 2010, 39).

Oli kyse millaisesta yrityksestä tahansa, sen tärkeimpiä imagonluojia ovat siellä työskentelevät ihmiset. Työntekijöiden voidaan sanoa olevan yrityksen tärkeimpiä käyntikortteja, joten on äärimmäisen tärkeää, että työntekijä edustaa myös pukeutumisellaan yrityksen arvoja ja haluttua imagoa. (Keinonen 1991, 13) Eri työpaikat ja -tehtävät vaativat erilaista pukeutumista, mutta yhteistä niille on, että pukeutumisen tulee olla omaan työtehtävään ja asemaan sopivaa ja sitä edustavaa. (Linna 2015a.)

Pukeutuminen on yksi liiketoiminnan merkittävistä osista. Lakimies ei ole läheskään yhtä uskottava kuluneissa farkuissa kuin puvussa, eikä poliisi herätä lainkaan yhtä paljon kunnioitusta ilman univormuaan. (Keinonen 1991, 13) Sarvi (2015) summaa, että bisnespukeutumisen ideana on pukeutua bisneksensä näköisesti, mutta koskaan pukeutuminen ei saa viedä huomiota itse bisneksestä. On pukeuduttava siis asiallisesti, tyylikkäästi ja laatutietoisesti. Naisilla tämä tarkoittaa esimerkiksi liian avarien kaula-aukkojen ja lyhyiden helmojen välttämistä, päästä varpaisiin asti huoliteltua ulkoasua sekä sesongin ja tilanteen mukaan pukeutumista.

Naisten bisnespukeutuminen on melko nuori ilmiö, sillä se alkoi yleistyä vasta 80-luvulla, kun naiset alkoivat päästä paremmin kiinni liiketoimintaan. (Linna 2015a.) Naisten tyypillisin bisnespuku, jakkupuku jäljitteli tarkasti miesten pukua laatikkomaisine leikkauksineen ja olkatoppauksineen. Jakkupuku miellettiin usein epämukavaksi ja univormumaiseksi, kuoseista tyypillisimpiä olivat liituraita ja erilaiset ruutukuosit. Naisen vartalotyypille sopivia leikkauksia ei jakkupuvussa käytetty vaan oli tärkeää, että jakkupuku muistuttaisi mahdollisimman paljon miesten pukua. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 19–20)

90-luvulla bisnespukeutuminen alkoi ottaa mallia muodista. Silloinen kauneuskäsitys kavensi naisen vyötäröä ja korosti naisen vartalon muotoja. Näin tapahtui myös jakkupuvulle, joka alkoi muotoutua vartaloa myötäilevämmäksi ja naisellisemmäksi. (Linna 2015a.)

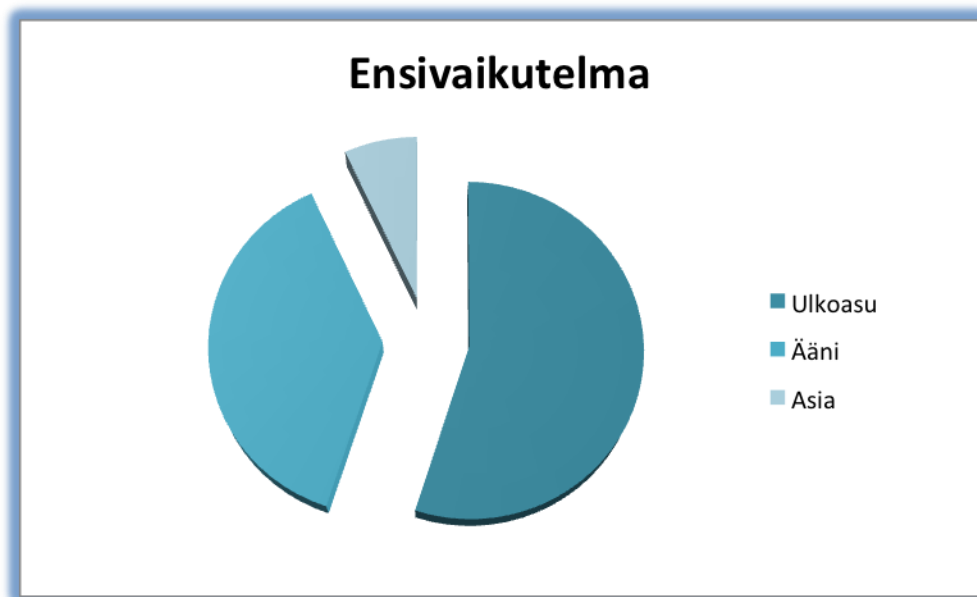
90-luvun voisi sanoa olleen käännekohta naisten bisnespukeutumiselle. 80-luvulla jakkupuku jäljitteli tarkasti miesten pukua, mutta 90-luvulle tultaessa ja aina sen jälkeen, naisten bisnespukeutuminen on vapautunut ja nykyään naisen on mahdollista olla hyvinkin persoonallinen ja värikäs bisnespukeutuja. Jakkupuvun rinnalle ovat tulleet esimerkiksi housupuvut, hameet ja mekot. (Linna 2015a.)

4 Vaatteiden viestintä

Vaatteilla ja pukeutumisella voi viestiä monella tasolla. Pukeutumisemme kertoo persoonallisuudestamme, asenteistamme, elämäntyylistämme ja arvomaailmastamme enemmän kuin arvaammekaan. Kerromme itsestämme paljon enemmän ulkoisella olemuksellamme kuin puhutuilla sanoilla. Visuaalinen viesti on aina sanottua sanaa vahvempi ja siksi liike-elämässä oikeanlainen pukeutuminen on yksi tärkeimmistä työntekijän/-hakijan ominaisuuksista. (Linna 2015h.) Pukeutumisellamme viestimme sitä, millaisen kuvan tahdomme antaa itsestämme. Teemme vaatevalintamme pitkälti intuition pohjalta, valitsemme yllemme sitä mikä itsestä tuntuu ja näyttää eniten omalta ja oikealta. Valintaan vai-

kuttavat myös kulttuuri sekä elinympäristö ja niiden luomat omat koodit. Vaatevalintamme vaikuttavat mielialaamme ja itsevarmuuteemme; uudet, itselle mieleiset vaatteet nostavat itsevarmuuttamme ja saavat meidät keskittymään paremmin esimerkiksi työntekoon tai työhaastattelutilanteeseen. (Keinonen 1991, 13)

Pukeutuminen vaikuttaa paitsi itseemme, myös vastaanottajalle meistä muodostuvaan ensivaikutelmaan. Professori Albert Mehrabianin tekemän kuuluisan tutkimuksen mukaan ihmisen antamasta ensivaikutelmasta jopa 55 prosenttia muodostuu ulkoisesta olemuksestamme ja eleistämme, 38 prosenttia äänestämme ja vain 7 prosenttia puhutusta asiastamme (kuva 1.) Tämä todistaa pukeutumisen tärkeän merkityksen. Haluamamme ensivaikutelman antamiseksi on siis erittäin tärkeää kiinnittää huomiota pukeutumiseemme. (Linna 2015h.)



Kuva 1. Ensivaikutelman muodostuminen (Mehrabian 1975)

Ensivaikutelman synnystä on monia arvioita; jotkut sanovat ensimmäisen kolmenkymmenen sekunnin olevan kriittisin aika ensivaikutelman syntyyn, toiset puhuvat neljästä minuutista. On kuitenkin selvää, että ensivaikutelma syntyy hyvin lyhyessä ajassa. Tämä ulkoisista asioista koostuva ensikäsitys on usein pysyvä ja vaikuttaa todennäköisesti myös myöhempään asennoitumiseen ja käyttäytymiseen. On siis hyvä kiinnittää huomiota siihen, millainen meidän ulosantimme on, kenkiä ja kynsilakkaa myöten. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 10)

Ensivaikutelma on erittäin oleellinen asia liike-elämässä. Erityisesti työnhakuhaastattelu ja myyntitehtävät ovat kriittisiä tilanteita, sillä kuten myyntitehtävissä, myös työnhakutilanteessa on kyse myynnistä. Työhaastattelussa myydään omaa osaamista potentiaaliselle uudelle työnantajalle ja hakija tahtoo antaa itsestään mahdollisimman hyvän ja hakemaansa työhön sopivan kuvan. (Särkiökoski-Pursiainen 2001, 11) Sama koskee myyjän kohtaamisia uusien asiakkaitten kanssa. Asiakas arvioi aina ensin myyjän, onko tämä ammattitaitoisen ja uskottavan näköinen, miten hän elehtii, onko hän itsevarma, jne. Asiakas ostaa aina myyjän ennen tuotetta. Mikäli myyjä vaikuttaa epävarmalta, näyttää huolittelemattomalta tai on muuten epäammattimainen, jäävät kaupat usein tekemättä. (Keinonen 1991, 12)

5 Liike-elämän pukeetiketti

Sana ”etiketti” ei niinkään viittaa sääntöön tai lakiin. Etiketti on kokonaisuus yleisesti hyväksytyistä asioista, samoin liike-elämän pukeutumisetiketti. (Hakala 2010, 40) Pukeutumisetiketissä on kyse siitä, että tietää, millainen pukeutuminen on milloinkin oikeaa. Kirjassaan *Bisnesetiketti - Tapakulttuuria meillä ja maailmalla*, Anna Hakala (2010, 39) listaa tähän vaikuttavia seikkoja:

- asema ja työn luonne
- aika: vuodenaika tai kellonaika
- tilaisuuden paikka: viiden tähden hotelli vai erämaja
- tilaisuuden luonne
- kutsun toivomus: esimerkiksi ”tumma puku”
- tilaisuuden muut osallistujat: esimerkiksi ikä ja arvoasema
- pukeutujan ikä ja ruumiinrakenne.

Pukeutumisetiketissä on vaikutteita pukeutumisen historiasta menneiltä vuosikymmeniltä, joten jotkin seikat saattavat tuntua vanhahtavilta, jäykiltä ja erittäinkin tiukoilta. Todellisuudessa pukeutumisetiketti on luotu helpottamaan pukeutumista ja kunnioittamaan muita samaan tilaisuuteen osallistuvia. Kuten pukeutumisessa yleensä, myös etikettipukeutumisessa on luvallista ja jopa suotavaa tuoda esiin omaa persoonallista pukeutumistaan ottamalla huomioon lisäksi

myös oman vartalotyyppi ja värimaailma. Tämä koskee myös liike-elämän pu-
kueetikettiä. (Linna 2015b.)

Hyväksi keinoksi persoonallisempaan etikettipukeutumiseen, Sarvi (2015) antaa
esimerkkinä asusteet. Sarven mukaan asusteet taivuttavat etikettiä kuitenkin
murtamatta sitä. Asusteissa värien käyttö on etikettipukeutumisessakin va-
paampaa kuin muun asukokonaisuuden, joten tätä kannattaa käyttää hyödyksi,
mikäli kokee etikettipukeutumisen tylsäksi. Sarvi (2015) haluaa kuitenkin muis-
tuttaa, että kun pukeutuu etiketin mukaan, ei koskaan ole pukeutumisellaan
väärässä. Kiusallisia ali- tai ylipukeutumisia ei siis tapahdu, vaan etiketin mu-
kaan pukeutuva on aina tyylikäs ja tilanteen vaatimalla tavalla pukeutunut.

5.1 Meillä ja muualla

Verraten suomalaista bisnespukeutumista kansainvälisesti, Suomessa bisnes-
pukeutuminen on yleisesti rennompaa ja sallivampaa (Linna 2015a.) Tämä voi
aiheuttaa kansainvälisissä työtehtävissä työskenteleville ongelmia; suomalaiset
voidaan nähdä liian vapaamielisinä pukeutumisensa kanssa. Muualla maail-
massa korostetaan meitä enemmän konservatiivista ja muodollista pukeutumista.
Esimerkiksi, kun Suomessa nainen voi pukeutua housuasuun lähes kaikissa
työtehtävissä, ei tätä välttämättä suvaita muualla maailmassa. (Särkikoski-
Pursiainen 2001, 93) Naisen rennon pukeutumisen Suomessa mahdollistaa
nuori pukeutumiskulttuurimme, sekä naisten ja miesten tasa-arvoisuus. Kan-
sainvälisissä tehtävissä toimivien olisi kuitenkin hyvä opetella virallisen bisnes-
pukeutumisen etiketti, jotta asiallinen ja ammattitaitoinen imago säilyy. (Linna
2015a.)

Kauppinen (2015) sekä Sarvi (2015) ovat molemmat yhtä mieltä siitä, että suo-
malainen bisnes- ja työpaikkapukeutuminen on viime vuosien saatossa paran-
tunut. Vaikka pukeutumiskulttuurimme onkin melko nuori, on pukeutumiskulttuu-
rimme noussut yleiseurooppalaiselle tasolle. Kauppinen (2015) kuitenkin haluaa
korostaa, että erityisesti kansainvälisissä tehtävissä toimivien suomalaisten tuli-
si opetella kansainvälinen bisnespukeutuminen, jotta oikeanlainen viesti yrityk-
sen ja oman itsen imagosta välittyy.

5.2 Pukukoodit

Eri pukukoodit viittaavat aina miesten pukeutumiseen, mutta määrittelevät myös naisen asun (Hakala 2010, 46). Eri tilaisuuksiin on erilaiset pukeutumiskoodit ja tapahtuman tai tilaisuuden järjestäjä määrittelee pukukoodin usein kutsukortissa. Myös tilaisuuden kellonaika vaikuttaa pukeutumisetikettiin (kuva 2). Businesspiireihin ovat vakiintuneet esimerkiksi seuraavat usein käytetyt koodit:

Casual, eli siisti vapaa-ajan asu. Casual on pukukoodina yksi tulkinnanvaraisimmista ja siksi sen tarkoitus kannattaa varmistaa tapahtumanjärjestäjältä. (Hakala 2010, 43) Vaikka casual viittaakin vapaa-ajan asuun, lenkkikengät, farkut ja t-paidat eivät usein ole sallittuja. Naisilla tyypillinen casual-asu on esimerkiksi housut tai hame ja pusero tai pusero yhdistettynä bleiseriin tai siistiin neuletakkiin. (Suomen Vaatturiliitto 2015)

Smart Casual tarkoittaa puolestaan siistiä ja jopa hienostunutta arkipukeutumista. Terminä smart casual ei kuulu täysin virallisten pukukoodien joukkoon ja tämän takia aiheuttaa usein pukeutujissa hämmennystä. Myöskään tarkkoja pukeutumissääntöjä smart casualille ei ole. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että farkut tai urheiluvaatteet olisivat sallittuja, olivat ne miltä huippumerkiltä tahansa. Pääsääntönä on hyvä muistaa, että pukeutumisen tulee olla siistiä ja edustavaa. Kuten casual, myös smart casual vaihtelee tilaisuuden ja ajankohdan mukaan. Ali- tai ylipukeutumista välttääkseen kaikkein turvallisoin vaihtoehto on varmistaa isäntäväeltä, mitä smart casual heidän tilaisuudessaan tarkoittaa. Naisen pukeutumisessa smart casualia edustaa casualin tavoin hame tai housut yhdistettynä laadukkaaseen neuleeseen sekä mekot. Näiden lisäksi jakkupuku kuuluu myös smart casualin piiriin. Smart casual pukeutumiseen kuuluvat olennaisesti myös asusteet. Muuten casualiin asukokonaisuuteen saa hienostuneisuutta esimerkiksi kevyemmällä kengillä sekä näyttävillä koruilla. (Linna 2015d)

Business Casual tarkoittaa yleistetyksi yhdistelmäasua (Hakala 2010, 43). Business casual etiketti ei smart casualin tavoin sisällä tarkkoja sääntöjä ja on siksi hankala määritellä. Alkujaan business casual rakennettiin virallisemmän bu-

siness professional tyylin rinnalle vaihtoehtoiseksi työpaikkapukeutumisetiketiksi. Business casualille on ominaista yhdistää housut tai polvimittainen hame kaulukselliseen yläosaan. (Airaksinen 2015.)

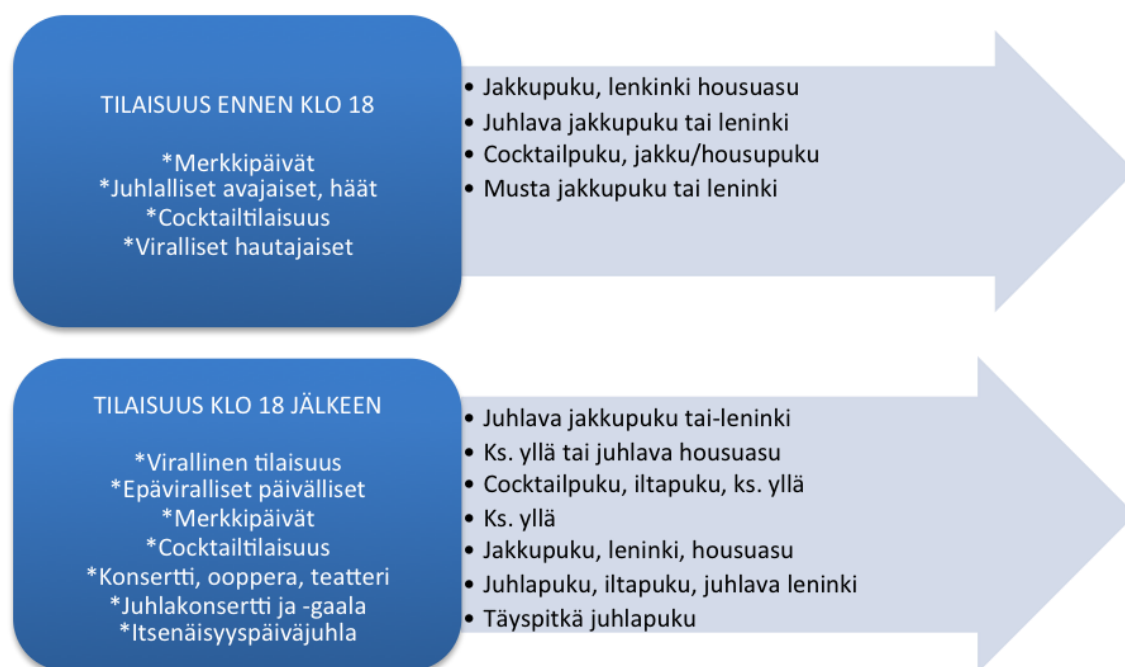
Full evening dress tarkoittaa juhla-/iltapukua ja kunniamerkkejä. Eri kunniamerkkeihin kuuluu omat pukeutumissääntönsä, joihin tulee kiinnittää erityistä huomiota. (Hakala 2010, 43) Naisille kunniamerkkien kantoon on tehty poikkeus, jonka mukaan miesten tummaa pukua vastaavassa naisten puvussa on sallittua käyttää pienoiskunniamerkkejä. (Suomen Valkoisen ruusun ja Suomen Leijonan ritarikunta 2015)

Business Suit tai **Arkipuku** tarkoittaa yleensä arkena käytettävää pukua. Erityisesti Euroopassa termi Business Suit koskee työpukua. (Hakala 2010, 43) Naisilla tämä tarkoittaa joko jakkupukua tai korkealaatuisen neuleen ja puseron yhdistämistä hameeseen. Arkipuvusta käytetään usein myös pukukoodia **Informal**. On tärkeää muistaa, että vaikka pukukoodi viittaakin rentoon ja epäviralliseen pukeutumiseen, urheiluvaatteet tai kuluneet farkut eivät tässäkään tilanteessa tule kysymykseen. (Linna 2015c.)

Dark Suit tarkoittaa puolestaan juhlavampaa tummaa pukua. Tilaisuuden ajankohta vaikuttaa tähän pukukoodiin siten, että jos tilaisuuden on osoitettu alkavan ennen kello 18.00, pukee nainen ylleen tumman puvun sijasta vierailupuvun. Vierailupuku on arkipukua hieman juhlavampi, kyseessä voi olla esimerkiksi hienostunut, usein polvimittainen mekko, tai kevyt jakkupuku. Kello 18.00 jälkeen alkava tilaisuus puolestaan osoittaa, että nainen pukee ylleen iltapuvun. (Linna 2015c.)

Erityisesti kansainvälisissä työtehtävissä toimivien kannattaa kiinnittää erityistä huomiota pukukodeihin. Eri kulttuureissa on käytössä omat koodinsa joihin kannattaa perehtyä ennen matkalle lähtöä. On hyvä myös muistaa, että pieni ylipukeutuminen on aina pienempi paha, kuin alipukeutuminen. Epävarmoissa tilanteissa kannattaa aina varmistaa tapahtuman tai tilaisuuden järjestäjältä milaista pukeutumista hän kullakin koodilla tarkoittaa. (Hakala 2010, 46) Jokaisel-

la työpaikalla on myös oma pukeutumisetikettinsä joka on hyvä yrittää selvittää jo ennen työhaastatteluun saapumista (Linna 2015g.)



Kuva 2. Pukeutumisetiketti kellonaikojen mukaan (Kauppinen, 2013)

5.3 Värien viestintä

Paitsi, että värit kertovat kantajastaan, niiden psykologiset vaikutukset tuntemalla voidaan niillä myös vaikuttaa muihin ihmisiin ja heidän asenteisiinsa. Tietyillä väreillä on kansainvälisesti yleisiä miellelyhtymiä (valkoinen – puhtaus, punainen – rakkaus, musta – suru, jne.), mutta värit vaikuttavat meihin myös tiedostamattomalla tasolla. (Ylikarjula 2014, 5)

Myös liike-elämän ja bisnespukeutumisen kannalta on hyvä tutustua värien peruspsykologiaan. Väriarvoinnoilla voi olla yllättävän suuri merkitys siinä, minkä kuvan antaa itsestään. Värit ovat pukeutumisen tavoin vahvoja non-verbaalisen viestinnän välineitä ja ne kertovat kantajastaan ja tämän luonteesta paljon. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 17) Tämän lisäksi on hyvä muistaa, että kaikki värit eivät sovi kaikille. Kannattaa tutustua itselle sopivimpiin ja epäsovivimpiin väreihin vaikka ammattilaisen tekemän värianalyysin kautta, tai vaan mallailemalla eri värejä omia kasvoja vasten. Ammattilaisen tekemä värianalyysi selvit-

tää jokaiselle parhaiten käyvät värit, jotka löytyvät henkilökohtaisesti räätälöidystä väripaletista (kuva 3). Värien kontrasteihin vaikuttavat ihmisen hiusten, silmien ja ihon värien yhdistelmä. Väärä värivalinta voi saada kantajansa näyttämään jopa sairaalta, silmät ovat sameat ja iho näyttää epäpuhtaalta ja kasvoille syntyy varjoja. Imartelevat värit saavat puolestaan kantajansa suorastaan säteilemään, kasvoilla on kaunis ja terve väri, silmien väri korostuu ja kokonaisuus on tasapainoinen. (Linna 2015j.) Lisäksi väreillä on jo aiemmin mainittuja psykologisia merkityksiä, joihin kannattaa perehtyä edes päällisin puolin. Jokaisella värillä on oma vaikutuksensa vastaanottajaan ja ne kertovat kantajansa ominaisuuksista. Alta löytyy lyhyesti esimerkkejä eri värien viesteistä:

Musta on väreistä ajattomin ja arvokkain. Värinä musta vaatii kantajaltaan vahvaa persoonaa, mutta liikaa käytettynä musta voi aiheuttaa kyynisyyttä, syyllisyyttä ja synkkyyttä. Musta on mainio yhdistelmäasuissa, koska se saa muut värit loistamaan. Sitä käytetään myös turvallisenä lohtuvärinä, joka auttaa vaikeissa tilanteissa. Tästä esimerkkinä hautajaiset, joissa omaiset ja lähipiiri pukeutuvat mustaan.

Valkoinen viestii puhtautta, uutta ja viattomuutta. Valkoinen viestii vanhojen takaiskujen ja harmien voittamisesta ja uusien ajatusten omaksumisesta. Liikaa käytettynä antaa kuitenkin kylmän, etäisen vaikutelman. Voi jopa viestiä jäätyneistä tunteista.

Vihreä on rauhoittava, huolenpidon ja ymmärryksen väri. Vihreä auttaa keskittymään ja se herättää vastaanottajassa toivoa ja luottamusta. Toisinaan voi herättää omistamisen halua sekä kateutta. Tästä on syntynyt myös sanonta ”kateudesta vihreä”.

Keltainen on ilon ja energian väri. Valon värinä keltainen torjuu masennusta, tukee päätöksentekokykyä ja vihreän tavoin lisää keskittymiskykyä. Keltaiseen pukeutuva viestii olevansa perusonnellinen ihminen. Värinä keltainen aiheuttaa liikettä. Liikaa käytettynä aiheuttaa levottomuutta ja ärtyneisyyttä.

Punainen viestii intohimosta ja on keltaisen tavoin energinen. Punaista väriä suosivat ovat usein ns. uudisraivaajia, päättäväisiä ja tavoitteellisia ihmisiä. Punainen on voittajien väri, mutta voi johtaa äärimmäisyyksiin ja dramaattisuuteen.

Vaaleanpunainen viestii itsensä hyväksymisestä ja ymmärryksestä. Vaaleanpunainen kertoo käyttäjänsä herkkyydestä. Se antaa lohtua varsinkin tunne-elämän puolelle, mutta liiallisena voi viedä uskottavuutta.

Violetti viestii kantajansa kyvystä välittää ja kuunnella. Värinä violetti on luovuuden, taiteellisuuden ja henkevyuden väri. On myös dramaattinen ja voi liiallisella käytöllä tehdä ihmisestä säikyn.

Sininen, etenkin syvä sininen, on rauhallinen, viilentävä ja sovitteleva väri. Sininen saa ihmisen rauhoittumaan ja asettumaan. Viestii oikeudenmukaisuudesta, auktoriteetista, laista sekä luovuudesta. Sinistä väriä pukeutumisessa suosivat ovat usein itselleen erittäin ankaria. Voi myös viestiä halusta eristäytyä.

Turkoosi on rentouttava, moderni ja aktiivinen. Lisää kommunikointikykyä ja auttaa päästämään irti pinttyneistä tavoista. Viestii kyvystä kommunikoida tunnelähtöisesti. Liiallisena voi kuitenkin tukahduttaa.

Oranssi on sydämellinen väri. Herättää sosiaalisen kanssakäymisen tarpeita ja auttaa olemaan oma itsensä. Lisää peräänantamattomuutta ja tahdonvoimaa. Runsas käyttö pukeutumisessa viestii pinnallisuudesta ja kevytmielisyydestä.

Ruskea viestii turvallisuudesta ja helposti lähestyttävyydestä. Ruskea on uuden alun väri, mutta liiallinen käyttö vetää puoleensa epävarmoja henkilöitä, jotka kaipaavat turvaa ja äitihahmoa.

Beige on avoimuuden väri. Täydellinen värivalinta mikäli tahtoo saada vastapuolen avautumaan. Viestii ystävällisyydestä. Runsas käyttö vähentää uskottavuutta, voi antaa persoonattoman kuvan.

Harmaa on vallanhaluinen, konservatiivinen, arvokas ja uskottava. Värinä viileä ja selkeä, mutta runsas käyttö voi johtaa nöyristelyyn ja muiden myötäilyyn.

(Kiiskinen 2015) Sarven (2015) mielestä harmaa on yksi ajattomimmista ja moniulotteisimmista väreistä bisnespukeutumisessa. Hän kertoo ihmissilmän tunnistavan yli 1 600 harmaan eri sävyä, mikä tekee harmaasta hyvin monikäyttöisen, ja kaikkea muuta kuin tylsän värin.



Kuva 3. Väripaletista löytyvät itselle parhaiten sopivat värit. (Kuva: Taina Kiiskinen)

5.4 Tatuoinnit ja lävistyksset

Tatuoinnit ja lävistyksset ovat nykyisin hyvin arkipäiväisiä, mutta joissain työtehtävissä niihin suhtaudutaan edelleen varauksella. Erityisesti näkyvällä paikalla olevat lävistyksset (nenä, huuli, kieli, kulmat) ja suuret tatuoinnit ovat varsinkin virastotehtävissä kiellettyjä. Myös liiketoiminnan parissa työskenteleviltä vaaditaan usein lävistyskorujen poistamista ja tatuointien peittämistä työaikana. Joissain tilanteissa tatuointi tai lävistys voi johtaa jopa työstä erottamiseen. (Burleson Consulting 2014)

Kyseessä on työpaikan pukeutumiskoodin noudattaminen. Vaikka tatuoinnit ja lävistyksset kuvaisivat työntekijän persoonallisuutta, voi se työnantajan näkökulmasta rikkoa työntekijöiden yhtenäisiä pukeutumissääntöjä. Esimerkiksi pankki- ja vakuutusvirkaileijoiden, myynninedistäjien, lakimiesten jne. katsotaan työskentelevän asemassa, johon näkyvät lävistyksset ja tatuoinnit eivät sovi. Useilla yrityksillä ei ole suoranaista kieltoa tatuoinneille ja lävistyksille, mutta niiden otosta tulee keskustella. (Tutka.fi 2015)

Eroja tatuointeihin ja lävistyksiin suhtautumisessa löytyy miesten ja naisten väliltä. Miehillä usein suodaan tatuoinnit sekä lävistyksiset naisia herkemmin. Vaikka nainen saa nykypäivänä miehen tavoin ilmaista persoonaansa siviilissä parhaaksi näkemällään tavalla, odotetaan häneltä yhä edelleen naisellista ja hienostunutta käytöstä työelämässä. Tämä tarkoittaa nimenomaan tatuointien peittämistä ja lävistyskorujen poistoa työaikana. (Forbes 2015)

Jotkin alat suhtautuvat tatuointeihin toisia rennommin ja toisinaan työnantajat näkevät persoonallisen ulkomuodon vain plussana. Tätä tapahtuu tosin erittäin harvoin liike-elämässä ja bisneksen parissa. Tärkeää on osoittaa sopivansa yrityksensä ympäristöön; siisti ja asiallinen ulkomuoto koskevat siis myös tatuointeja ja lävistyksiä. Varsinkin korkeissa asemissa työskentelevien, tai niihin pyrkivien, olisi hyvä pyrkiä peittämään tatuointinsa ja lävistyksensä aina työaikana tai välttää niiden ottamista alusta alkaen. Työnantajan on laillista siirtää tatuoitu tai lävistetty työntekijä toisiin työtehtäviin, mikäli työnantaja kokee, että tatuoinnit ja lävistyksiset vahingoittavat yrityksen imagoa. Mikäli työntekijä ei suostu peittämään tatuointejaan tai lävistyksiään eikä siirtymään toisiin työtehtäviin tai toiseen työpisteeseen, voi edessä olla jopa työntekijän irtisanominen. (Burleson Consulting 2014)

6 Asun valinta

Naisien yleisin vaateongelma on, kun vaatekaappi on täynnä vaatteita, mutta sieltä ei löydä mitään päälle puettavaa. Asun valintaa auttaa, kun vaatekaappiin hankkii omalle vartalotyypille sopivia, toistensa kanssa yhteensopivia perusvaatteita, joita yhdistelemällä saa erilaisia kokonaisuuksia. Vaatteita ei tarvitse omistaa montaa, jotta saa aikaan monta erilaista yhdistelmää. Klassisen tyylikkää ja ajattomat perusvaatteet sopivat eri yhdistelminä niin arkeen kuin juhlaan. Asusteilla asun luonnetta voi muuttaa nopeasti arkisesta juhlavampaan, ja toisin päin. (Linna 2015e.)

Esimerkiksi perusjakkuja tai bleisereitä ei tarvita kahta enempää toimivaan vaatekaappiin. Virallisia tilaisuuksia varten toisen jakun olisi hyvä olla tyyliältään klassinen ja väriltään musta. Toinen puolestaan saa olla hieman erottuvampi, joko väriltään tai kuvioinniltaan (kuva 4). Hameita tai housuja olisi hyvä hankkia kaksi kumpiakin, ja edustavan jakkupuku-lookin saamiseksi näiden olisi hyvä olla samaa materiaalia yläosan jakun tai bleiserin kanssa. (Kauppinen 2013) Kun kahden kaksiosaisen peruspuvun lisäksi vaatekaapista löytyy kaksi erillistä alaosaa sekä viisi puseroa tai paitaa, tuloksena on yhteensä 40 eri asukokonaisuutta. Peruseriaatteena on, että kaikki irralliset vaatekappaleet on tarkoin valittu sopimaan yhteen toistensa kanssa, niin värimaailmaltaan kuin materiaaleiltaan. Lisäämällä vielä arkiset ja juhlavat asusteet, nämä 40 asuyhdistelmää sopivat niin arkeen kuin juhlaiviinkin tilaisuuksiin. (Linna 2015e.)

Sarvi (2015) kertoo, että asun valinnassa kannattaa ottaa huomioon myös värit. Se, mitä vakavamman viestin tahtoo vastaanottajalleen antaa, sitä tummempisiin väreihin tulee pukeutua. Musta on joka tilanteessa hyvin arvokas ja elegantti, tumma sininen puolestaan autoritäärinen. Räikeät ja värit eivät Sarven (2015) mukaan missään nimessä kuulu bisnespukeutumiseen, joten niiden käyttö työpaikka- ja bisnespukeutumisessa kannattaa unohtaa. Syyksi Sarvi (2015) sanoo sen, että räikeät ja silmiinpistävät värit vievät huomion pois itse asiasta, eli bisneksestä. Kun ajatukset harhailevat, itse työnteko häiriintyy. Pukeutumisen viestintä epäonnistuu, eikä heijasta yrityksen tavoittelemaa imagoa.



Kuva 4. Bleiserin ei aina tarvitse olla musta (Kauppalehti.fi)

6.1 Laadun merkitys pukeutumisessa

Kauppinen (2015) painottaa laadukkaiden tuotteiden ja materiaalien merkitystä bisnespukeutumisessa. Hän sanoo, että vaikka laadukas tuote maksaa kerralla hieman enemmän, maksaa se vuosien saatossa itsensä takaisin. Laadukas tuote kestää käyttöä sekä huoltoa edullisempaa vastaavaa tuotetta paremmin ja pidempään. Kauppinen (2015) käyttää sanontaa ”Osta ennemmin yksi kuin viisi”, millä hän viittaa nimenomaan tuotteen laatuun. Yksi laadukas tuote kestää parhaimmillaan pidempään kuin viisi edullisempaa versiota. Vaikka laadukas tuote siis maksaa keskivertoa enemmän, tulee se kestävänsä saman verran tai pidempään kuin viisi edullista, huonompilaatuista tuotetta.

Samalla linjalla on myös Sarvi (2015). Sen lisäksi, että laadukkaiden materiaalien käyttöikä on pidempi, ne myös viestivät laatutietoisesta ihmisestä, joka välittää pukeutumisestaan. Laadukkaasti pukeutunut on useimmiten itsevarma, mikä puolestaan taas lisää uskottavuutta.

Laadukkaiksi materiaaleiksi molemmat Sarvi (2015) sekä Kauppinen (2015) listaavat cashmeren, aidon villan, laadukkaan suomalaisen puuvillan sekä nahkan. Sarvi (2015) korostaa erityisesti kotimaista poron nahkaa, jota kansainväliset muotitalot ostavat Suomesta valtavia määriä. Hyvien materiaalien listaan voi nykyään lisätä myös viskoosin, mutta polyesteriä hän kehottaa välttämään, sillä se kerää itseensä hyvin helposti hajut, kuten esimerkiksi hien hajun.

Vaateen laadusta kertoo paitsi sen materiaali, myös sen istuvuus. Jos vaate kaipaa pientä korjausta istuakseen hyvin kantajansa ylle, se tulee korjauttaa. Ammattitaitoiset ompelijat hoitavat niin lahkeiden lyhennyksen kuin vyötäröiden kavennukset nopeasti ja melko edullisesti. Myös liian pitkät hihat tulee lyhennettäväksi, sillä jakusta ja bleiseristä käärityt hihat ovat hyvin paha etikettivirhe, Sarvi (2015) painottaa.

On hyvä muistaa, että laadukkaisiin materiaaleihin pukeutuminen ei ole kuitenkaan sama asia, kuin vain ja ainoastaan luksusmerkkeihin pukeutuminen. Kauppinen (2015) toteaa, että liiallinen luksusmerkkien käyttö ja niiden korostaminen kääntyy kantajansa vastaan. Tällainen pukeutumistyyli tekee kantajastaan etäisen ja pinnallisen oloisen. Uskottavuus vähenee, kun huomio keskittyy vain ja ainoastaan ulkokuoreen.

6.2 Asusteet

Asusteet ovat paitsi toisinaan välttämättömiä, myös täydentäviä ja koristavia lisäpukeutumiseen. Asusteilla voi esimerkiksi luoda juhlavuutta, uudistaa vanhaakin asua, korostaa haluttua vartalon kohtaa, muuttaa asukokonaisuuden luonnetta tai tuoda siihen ajankohtaisia sävyjä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 33) Esimerkiksi casualista asukokonaisuudesta saa nopeasti smart casualin lisäämällä näyttävän kaulakorun ja kevyemmät kengät. Kenkien yleisilmeeseen kannattaakin aina kiinnittää huomiota, hyvin hoidetut kengät viimeistelevät asukokonaisuuden kauniisti. Kannattaa ottaa huomioon myös se, että usein työhaastattelutilanteessa haastattelija tarkistaa haastateltavan kengät. Kenkiin kannattaa siis kiinnittää erityistä huomiota ennen työhaastattelua. (Linna 2015a.) Kauppinen (2015) huomauttaa, että vaikka muuten asukokonaisuus olisi hyvin

suunniteltu ja huoliteltu, huonosti hoidetut ja huolletut tai liian arkiset kengät piilaavat kokonaisuuden hetkessä. Kenkien tulisi aina olla tilanteeseen ja sesonkiin sopivat. Sarvi (2015) lisäksi muistuttaa, että varsinkin Suomen rankoissa sääolosuhteissa tulisi käyttää erikseen sisä- ja ulkokenkiä. Sisäkenkien tulisi olla työympäristöön sopivat bisneskengät, jotka voivat olla esimerkiksi avokkaat, kun taas ulkokenkinä parhaiten toimii vuodenaikaan sopivat käyttökengät.

Kuten kenkien, myös muiden asusteiden kunto kannattaa tarkistaa ennen niiden pukemista. Ostotilanteessa kannattaa myös asusteissa panostaa laatuun. Laadukas asuste kestää pitkään ja pysyy hyväkuntoisena halvempaa versiotaan pidempään. Lisäksi laadukkaat asusteet voivat nostaa yllättävänkin paljon muuten lattean asun ilmettä sekä arvoa. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 33)

Kuten mikä tahansa asia, myöskään asusteet eivät liikaa käytettynä palvele toivotulla tavalla. Näyttäviä, katseen vangitsevia asusteita on hyvä käyttää vain kahta kerrallaan. Muuten kokonaisuudesta tulee sekava, vaikka asusteet olisivatkin tyyliiltään toisiaan muistuttavia. Yhtenäisiä, toisiaan muistuttavia asusteita voivat olla esimerkiksi korvakorut ja ranne- tai kaulakoru, huivi ja kengät, kengät ja laukku, hattu ja käsineet, vyö ja kengät, jne. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 33) Sarvi (2015) muistuttaa, että liika asusteiden käyttö syö uskottavuutta. Esimerkiksi suuria ja näyttäviä sormuksia ei tulisi käyttää jokaisessa sormessa. Kokonaisuudesta tulee näin ollen halvan ja epäuskottavan oloinen. Sarvi (2015) kuitenkin toteaa, että koruja ei ole tarkoitettu korurasiassa säilyttämiseen. Jokapäiväiseen käyttöön sopii esimerkiksi säätyä osoittavat sormukset, hillityt korvakorut ja joko ranne- tai kaulakoru.

Materiaaleista nahka on hyvä valinta kenkiin, laukkuihin, vöihin ja käsineisiin. Keinonahka on nahkaa edullisempi vaihtoehto ja näyttää ostettaessa hyvältä, mutta se kuluu nopeasti eikä hengitä aidon nahkan tavoin. Esimerkiksi keinonahkakengät menettävät pintansa jo parin kuukauden käytön jälkeen, sekä ovat talvella ulkokäytössä kylmät eivätkä hengitä tarpeeksi sisäkäytössä. Aito nahka puolestaan kestää pitkään, säilyttää kauniin pintansa hyvin huollettuna jopa vuosia ja on miellyttävä käyttää. Nahkan maanläheiset värit ovat lisäksi aina tyylikkäitä ja sopivat yhteen lähes minkä tahansa asukokonaisuuden kans-

sa. (Linna 2015a.) Suomessa laadukasta nahkaa on helppo löytää, sillä kotimainen nahkavalikoima on vertaansa vailla.

Asusteissa voi käyttää värejä lähes rajattomasti, kunhan pitää huolen, että värit ovat muiden asusteiden kanssa yhtenäiset, ja että ne sopivat yhteen muun asukokonaisuuden kanssa. Asusteet eivät saa viedä liikaa huomiota itse asusta, vaan niiden tarkoitus on täydentää kokonaisuutta. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 33)

6.3 Oman vartalotyypin tunnistaminen

Jotta täydellisesti istuvan asukokonaisuuden löytäminen olisi helpompaa, on hyvä tunnistaa oma vartalotyyppinsä. Eri vartalotyypeille sopivat eri leikkaukset, kuosit, muodot ja materiaalit, joten tietty vaate näyttää eri vartalotyyppien päällä täysin erilaiselta. Kuten värit, myös vartalotyyppi on seikka, jonka avulla voi korostaa parhaimpia puoliaan ja peittää heikoimpiaan. Hyvin istuvat ja omaa vartaloa imartelevat vaatteet ja leikkaukset kohottavat myös itsetuntoa. (Linna 2015i.)

Vartalotyyppinsä löytämiseksi on hyvä analysoida muutamia vartalon tunnuspiirteitä, kuten esimerkiksi lantion linjaa – onko edestä katsottuna lantio hartioita leveämpi vai ovatko ne lähes saman levyiset, hartialinjaa – onko se suora vai kenties muuhun vartaloon nähden kapea, löytyykö vartalosta kulmia vai onko vartalo ennemminkin suora tai kenties muodokas? (kuva 5) Nopealla vartaloanalyysillä voi löytää tunnuspiirteitä, jotka paljastavat vartalotyypin. Karkeasti jaoteltuna vartalotyypit on jaettu kahdeksaan eri tyyppiin, mutta koska kaikki ihmiset ovat erilaisia, on hyvin yleistä, että omasta vartalosta löytyy piirteitä useammasta eri tyypistä. Tällöin sovelletaan ohjeita niihin vartalon osiin, mihin kohtaan vartalotyypin kuvaus sopii. (Linna 2015i.)

Y-vartalo tai V-vartalo (Strawberry) saa nimensä lantiolinjaa leveämmästä hartialinjasta. Hartiat ovat selvästi muuta vartaloa leveämmät ja lantio on samassa linjassa jalkojen kanssa. Tämä vartalotyyppi voi olla myös tulosta fyysi-

sestä harjoittelusta. Erityisesti uimareilla ja soutajilla esiintyy paljon Y-vartalotyyppiä. (Linna 2015i.) Y-vartalotyyppin omaava nainen on usein pitkä, erityisesti jalat ovat usein pitkät ja hoikat. Tällainen vartalotyyppi mielletään usein myös maskuliiniseksi, sillä Y-vartalotyyppi on miehillä usein ihannoitu. Pukeutumisen kannalta Y-tyyppi on yksi helpoimmista, sillä monet mallit ja leikkaukset imartelevat Y-tyypin vartaloa. Tärkeää on kuitenkin muistaa olla korostamatta liikaa asun yläosaa. Esimerkiksi suuret huivit, venepääntie sekä olkattopaukset saavat entisestään leveän hartiasseudun näyttämään turhan raskaalta ja korostetulta. (Klingel 2015) Yläosassa kannattaa välttää myös esimerkiksi kaksirivinäpitystä, poikkiraitaa, taskuja ja suuria kauluksia. Pitkät riipukset, halternec-pääntie ja hihattomat vaatteet puolestaan imartelevat Y-vartaloista. Jakuissa kannattaa suosia lyhyttä ja suoraa mallia. Alaosaa voi korostaa esimerkiksi kapealahkeisilla housuilla tai kapeilla, lyhyilläkin hameilla. Alaosan poikkiraita on myös hyvä keino leventämään alaosaa. Myös maxi-mittaiset hameet imartelevat tätä vartalotyyppiä, varsinkin jos leikkaus on kapea. (Linna 2015i.)

H-vartalo (Banana) on lähes muodoton, jopa poikamainen vartalotyyppi. Tätä tyyppiä esiintyy vartalotyypeistä eniten muoti- ja mallialalla. Hartia- ja lantiolinjat ovat lähes tai täysin samassa linjassa h-kirjaimen mallisesti, myös vyötärö voi olla lähes samassa linjassa, tai erottuu vain hienoisesti. (Klingel 2015) Kuten Y-vartalo, on H-vartalotyyppi kulmikas sekä edestä että sivuilta litteä. Pukeutumisessa kannattaa suosia kerrospukeutumista ja vinoja, tai muita poikkeavia leikkauksia. Lantiota ei tulisi korostaa liikaa, esimerkiksi lantiolla olevilla vöillä tai leikkauksilla. Paras jakkutyyppi on vähintään lantiolle ylettyvä, leikkaukseltaan suoralinjainen. Vyötärölle ylettyvän jakun tulisi olla hieman a-linjainen, jotta suora vyötärölinja ei korostu liikaa. Housut ja hame olisi hyvä pitää suoralinjaisina tai hieman levenevinä. Hameen pituus voi olla pitkä tai lyhyt. (Linna 2015i.)

Kaareva H-vartalo on yksi yleisimmistä vartalotyypeistä. Tässä vartalotyyppissä lantio voi olla samassa linjassa hartioiden kanssa, tai hienoisesti leveämpi. Toisin kuin perinteisessä H-vartalotyyppissä, kaarevassa H-vartalossa vyötärö erottuu selvästi. Tämän vartalotyyppin olisi pukeutumisessaan hyvä korostaa vyötäröä sekä vartalon kaaria. Esimerkiksi kietaisuvaatteet, joissa vyö sijoittuu vyötärön kohdalle, ovat ihanteellisia korostamaan sopusuhtaista vartaloa. Ihanteelli-

nen jakku on joko vartalonmyötäinen tai väljempi, vyöllä sidottava malli. (Linna 2015i.)

A-vartalo (Pear) tunnetaan arkikielessä päärynäkartalona. Peruselementti tälle vartalotyypille on lantiolinjaa selkeästi kapeampi hartialinja. Hartiat ovat lyhyet ja suorat, vartalon levein kohta löytyy reisistä. (Linna 2015i.) Jalat ovat usein suhteellisen lyhyet ja kehon painopiste löytyy selkeästi kehon alaosasta. Suomalaisilla naisilla A-vartalotyyppi on hyvin yleinen, ellei yleisin. (Klingel 2015) Pukeutumisessa kannattaa korostaa ylävartaloa erilaisilla yksityiskohdilla, kuten näyttävillä päänteillä tai asusteilla. (Kiiskinen 2015) Myös kevyet olkatoppaukset luovat tasapainottavaa efektiä. Myös yläosan poikkiraita imartele tätä vartalotyyppiä yhdessä istutettujen hihojen kanssa. Housutyypeistä suoralinjaiset ovat tälle vartalotyypille ehdottomasti parhaat. (Linna 2015i.)

Kaareva A-vartalo on perinteisen päärynäkartalon kaarevampi variaatio. Toisin kuin kulmikkaassa A-vartalossa, kaarevassa A-vartalossa hartialinja on kapea ja luisu, jopa pyöreä. Kaarevassa A-vartalossa usein myös vatsa on pyöreä, mutta vyötärö hartialinjan tapaan kapea. Myös lantiolta löytyy pyöreyttä ja se kaartuu voimakkaasti. Koska vartalon levein kohta löytyy reisistä, jalat näyttävät usein lyhyiltä. Pukeutumisessa kannattaa suosia olkatoppauksia tasapainottamaan luisua hartialinjaa. Venepääntie ja pyöreälinjaiset kaulukset imartelevat sekä kulmikasta, että kaarevaa A-vartaloa. Alavartalon korostamista tulee välttää, kuten esimerkiksi pussitettua hameenhelmaa, kiiltäviä sekä vaaleita materiaaleja sekä jäykkiä kankaita. Sekä ylä- että alaosassa parhaita ovat kevyet ja kauniisti laskeutuvat materiaalit. Yläosassa erityisesti neulos on hyvin imarteleva materiaalivaihtoehto. Koska A-vartalotyyppin on hyvin vaikea löytää täydellisesti istuvia housuja, tärkeintä on löytää lantiolta hyvin istuvat, ja kaventaa vyötärö sopivan kokoiseksi korjausompelijan avulla. Alaosan materiaaleista tummat ja mattapintaiset ovat parhain vaihtoehto A-vartaloliselle(Linna 2015i.)

X-vartalo (hourglass) on naisten vartalotyypeistä ihannoiduin. Vartalotyyppinä X on naisellinen, muodokas ja sopusuhtainen. Hartiat ja lantio ovat lähes samassa linjassa, mutta vyötärö erottuu selkeästi. (Linna 2015i.) Pukeutumisessa usein tavoitellaan X-vartalotyyppin ominaisuuksia ja siksi tämän vartalotyyppin

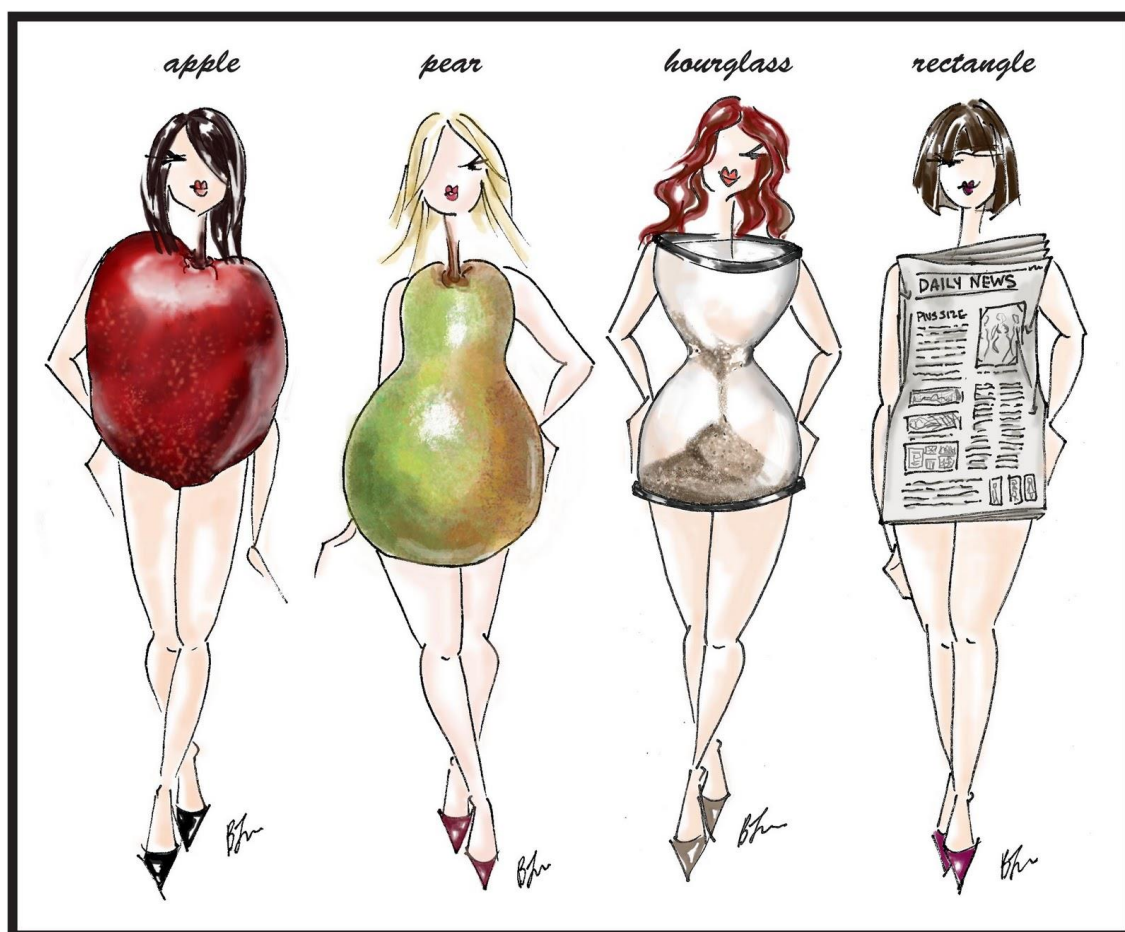
omaavan suositellaan korostavan naisellisia muotojaan, erityisesti vyötäröä tulisi korostaa, sillä säkkimäiset tai väljät yläosat saavat aikaan leventävän vaikutelman. Vartalonmyötäiset leikkaukset ja hyvin laskeutuvat materiaalit ovat oivallisia korostamaan vartalon kaarevuutta. Päänteiden ja kaulusten tulisi olla pyöreitä terävien sijaan. (Kiiskinen 2015)

O-vartalo (apple) on selkeästi muita vartalotyyppinä pyöreämpi. Tässä vartalotyyppissä vyötärö häidin tuskin erottuu, vatsa on pyöreä ja rinnat yleensä kookkaat. Jalat ovat usein suhteellisen kapeat ja erottuvat kapeudellaan muuhun vartaloon nähden. Vyötärölinja on muita vartalotyyppinä ylempänä, lähellä rintaa. Kehon painopiste on suhteellisen ylhäällä, noin pallean korkeudella. (Linna 2015i.) Pukeutumisessa O-vartaloinen kannattaa suosia näyttäviä asusteita ja luoda kontrasteja väreillä. Kauniit korut, rannekellot ja näyttävät huivit ovat hyviä katseenvangitsijoita. Huivien kannattaa olla kevyitä, jotta vaikutelmasta ei tule liian raskas ja kehon yläosa korostu liikaa. (Kiiskinen 2015) Väljät, tunikamittaiset yläosat ja kapeat housut ovat oiva valinta O-vartaloliselle. Paras kokonaisuus syntyy, kun yläosa putoaa kauniisti hartialinjalta kohti lantiota. Vaatteet myötäilevät vain kevyesti vartaloa yläosasta, mutta alaosa saa olla tiukempi. Pitkät riipukset ja kasvojen lähellä olevat asusteet, kuten näyttävät korvakorut imartelevat tätä vartalotyyppiä. (Linna 2015i.)

OY-vartalo on usein Y-vartalotyyppistä muokkautunut variaatio. Tässä vartalotyyppissä tyyppillistä on voimakas hartialinja, kapeahko lantio sekä pyöreä tai hyvin pyöreä vatsanseutu. (Linna 2015i.) Pukeutumisessa kannattaa välttää hartianseutua korostavia päänteitä, raskaita huiveja sekä olkatoppauksia. Hyvin laskeutuvat materiaalit, näyttävät asusteet ja vinot leikkaukset sopivat tälle vartalotyyppille. (Kiiskinen 2015) Yläosassa kannattaa suosia pitkittäisiä linjoja, esimerkiksi pystyraitoja ja pitkiä riipuksia. Tärkeintä on ottaa huomioon molemmat vartalotyyppit. Imarteleva kokonaisuus syntyy esimerkiksi kotelomekolla ja sitä hieman lyhyemmällä, suoralla jakulla. Näin imarrellaan OY-vartaloinen kapeita sääriä ja luodaan keveyttä ylävartalolle. (Linna 2015i.)

Oli vartalotyyppi mikä hyvänsä, yksi tärkeimmistä seikoista on kuitenkin ryhti. Hyvä ryhti ei ole vain terveyden kannalta hyväksi, vaan se saa ihmisen näyttä-

mään itsevarmemmalta, uskottavammalta ja pidemmältä. Hyvä ryhti imartelea kaikkia vartalotyyppjeä, sekä myös yllä olevia vaatteita. (Kiiskinen 2015)



Kuva 5. Esimerkkejä vartalotyypeistä (Pinterest.com)

6.4 Persoonallinen pukeutuminen

"Fashion changes, style endures." on yksi Gabrielle "Coco" Chanelin tunnetuimpia lausahduksia, ja kuvaa hyvin sitä, kuinka muoti ja tyyli ovat toisistaan erilliset asiat. Tyyli perustuu meidän ulkoiselle olemuksellemme ja tavалlemme pukea ja kantaa vaatteita. Tyyllillään jokainen voi ilmaista persoonaansa, asenteitaan ja ajatuksiaan, jopa mielentiloja ja tunteita. Persoonallinen pukeutuminen on nimenomaan oman tyylin esiintuomista, myös etikettipukeutumisessa. (Linna 2015f.)

Oman persoonallisen tyylin esiintuominen etiketti- ja työpaikkapukeutumisessa on sallittua ja jopa suotavaa. Oman vartalotyyppin ja värimaailman huomioiden

esimerkiksi jakkupukua voi muokata persoonallisemmaksi itselle eniten sopivilla leikkauksilla, värikkäillä asusteilla tai muilla omaa tyyliä esiintuovilla ratkaisulla. (Linna 2015f.)

Toisille oman tyylin löytäminen ja sen mukaan pukeutuminen on erittäin helppoa, mutta toisille sen löytäminen vie aikaa ja voi olla hyvinkin hankalaa. Oman tyylin voi opetella löytämään, mutta se vaatii pitkäjänteisyyttä ja tarkkuutta. Eri-laisia, aluksi hulluiltaakin tuntuvia asuyhdistelmiä kannattaa rohkeasti kokeilla ja katsoa syntykö niistä jotain itselle mieluista ja ainutlaatuista. (Whowhatwear 2014) Bisnespukeutumisessa kannattaa kuitenkin muistaa pysyä kokeilujen kanssa hyvissä rajoissa, ja ennen kaikkea muistaa noudattaa työympäristön ja tilanteen vaativia pukeutumissääntöjä. (Linna 2015b.)

Sarven (2015) mielestä paras tapa löytää oma tyyli, on kääntyä ammattitaitoisten pukeutumisneuvojen puoleen. Esimerkiksi Sokos- ja Stockmann-tavarataloissa suurin osa työntekijöistä on koulutettuja pukeutumisneuvoja, jotka mielellään auttavat oman tyylin löytämisessä. Kauppinen (2015) huomauttaa, että tavaratalojen pukeutumisneuvojat ovat kuitenkin sidottuna tavaratalonsa valikoimiin. Yksityiset yrittäjät, kuten Kauppinen itse, voivat puolestaan käyttää rajattomasti eri merkkejä ja liikkeitä ja näin löytää vielä yksilöllisempiä tyyli-ratkaisuja.

7 Pohdinta

Tutkimuksen perusteella bisnespukeutumisen voisi sanoa olevan siistiä, ammatin ja aseman mukaista pukeutumista, mikä heijastaa yrityksen imagoa ja omaa persoonallisuutta. Tärkeintä bisnespukeutumisessa on pukeutua laatutietoisesti, ajan hengen mukaan sekä etiketin vaatimalla tavalla.

Tutkimus osoittaa, että bisnespukeutumisen etiketti on suuntaa antava, eikä niinkään rajoittava. Etiketin mukaan pukeutuva on aina pukeutumisessaan oikeassa, mutta etikettiä omalla persoonallaan murtava on viisas ja laatutietoinen,

oman tyyhinsä tunteva pukeutuja. Tutkimuksessa käykin ilmi, että yksi bisnespukeutumisen tärkeimmistä lähtökohdista on oman tyylin löytäminen ja sen hyödyntäminen bisnes- ja työpaikkapukeutumisessa. Oman tyylin ilmentäjinä parhaimmin toimivat asusteet sekä värien hyödyntäminen.

Tutkimuksen perusteella on nähtävissä, että bisnes- ja työpaikkapukeutumisen yksi tärkeistä asioista on löytää itseä miellyttävä tapa pukeutua. Käsitteenä bisnespukeutuminen on laaja ja antaa mahdollisuuden muokata oman aseman ja työympäristön asettamia ohjeita oman itsen näköiseksi. Tärkeää on löytää tyyli, joka tuo itselle itsevarman ja hyvän olon.

Onnistuneen bisnespuvun kulmakivinä voi tutkimuksen perusteella sanoa olevan laadukkaat materiaalit ja niistä valmistetut, hyvin istuvat vaatteet. Vaikka laadukkaat materiaalit maksavatkin hieman enemmän, kannattaa laatua suosia sen pitkäikäisyyden ja kestävyuden vuoksi. Laatua tulisi suosia kaikessa; vaatteissa, asusteissa, kengissä ja meikissä. Laatutietoisuudesta kiellii myös oman vartalotyyppin tunnistaminen ja itselle sopivimman värimaailman omaksuminen. Oman kokonaisväriytyksen ja vartalotyyppin mukaan hankitut vaatteet korostavat kantajansa parhaita puolia ja henkivät itsevarmuutta. Ihminen on parhaimmillaan tuntiessaan olonsa itsevarmaksi ja siksi laadukas pukeutuminen voi olla myös hyvä neuvottelukeino bisnestapaamisissa.

Tutkimus osoittaa, että onnistuneen bisnespukeutumisen lähtökohta on oman tyylin löytäminen ja sen mukaan pukeutuminen. Toisille henkilökohtaisen tyylin löytäminen voi olla kuitenkin erittäin hankalaa ja sen määrittäminen vaatii oman aikansa. Tässä kuitenkin auttavat alan ammattilaiset, esimerkiksi tyylikonsultit ja pukeutumisneuvojat. Heidän palveluihin on hyvä turvautua, mikäli itsestä tuntuu, että omat kyvyt tyylin löytämiseksi eivät riitä.

Lisäksi tutkimuksesta käy ilmi, että suomalainen työpaikka- ja bisnespukeutuminen on parantunut viime vuosista. Tarjonta on laajentunut niin tuotteissa, kuin asiantuntijoiden tarjoamissa palveluissa ja yritykset ovat alkaneet suhtautua yhtenäiseen pukeutumiseen vakavammin. Muun muassa Leena Sarvi toteaa suomalaisten yritysten ja yksittäisten henkilöiden pukeutuvan paremmin, kuin

mitä edeltäjänsä muutama vuosi sitten. Suomalaiset ovat lisäksi alkaneet kunnioittaa kotimaisia laadukkaita materiaaleja entistä enemmän. Laatua sekä kotimaista tuotantoa arvostetaan enenevässä määrin.

Lähteet

- Airaksinen, M. 2015. Business Casual –tyyli. Tyyliniekka.
<http://tyyliniekka.fi/business-casual-tyyli/>
 4.11.2015
- Burleson Consulting. 2014. Professional dress code and Tattoos. Burleson Consulting.
http://www.dba-oracle.com/dress_code_tattoos.htm
 13.11.2015
- Collins, K. 2014. 9 Steps to defining your personal style. Whowhatwear.
<http://www.whowhatwear.co.uk/how-to-find-define-personal-style-2014>
- Faw, L. 2011. Visible Tattoos And Other Corporate No-Nos. Forbes.
<http://www.forbes.com/sites/forbeswomanfiles/2011/10/25/visible-tattoos-and-other-corporate-no-nos/>
 13.11.2015
- Hakala, A. 2010. Bisnesetiketti, tapakulttuuria meillä ja maailmalla. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu, julkaisusarja D:n raportti.
- Inspirans. Kvalitatiivinen tutkimus.
<http://www.inspirans.fi/kvalitatiivinen-tutkimus/>
 8.1.2016
- Kauppinen, T. 2013. Bisnespukeutumisen uudet tuulet. PowerPoint-esitys.
- Kauppinen, T. 2015. Bisnespukeutumisen kouluttaja ja konsultti. Nauhoitettu haastattelu 8.12.2015
- Keinonen, M. 1991. Suomalainen ensivaikutelma, kansainvälistyksen pukeutumis- ja tapatieto. Helsinki: Fintra.
- Kiiskinen, T. 2015. Taina's Style, Tosinaisen tyyliä. PowerPoint-esitys. Koulutusaineisto.
- Klingel. 2014. Naisten vartalotyypit ja pukeutuminen – tunnista omasi. Klingel.
<http://www.klingel.fi/naistenhaku/naisten-vartalotyypit-ja-pukeutuminen-tunnista-omasi/>
 1.11.2015
- Kosonen, V. 2014. Tatuointikielto on ristiriidassa työntekijän oikeuksien kanssa. Tutka.pro.
<http://tutka.pro/?p=8047>
 13.11.2015
- Linna, M. 2015a. Bisnespukeutuminen. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/etiketti/>
 29.10.2015
- Linna, M. 2015b. Etikettipukeutuminen. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/etikettipukeutuminen/>
 24.11.2015
- Linna, M. 2015c. Kutsukortin pukukoodit – juhla- ja tilannepukeutuminen. Studio merilinna.

- <http://pukeutumisopas.com/tilaisuuden-aika-ja-puku/>
7.11.2015
- Linna, M. 2015d. Smart Casual. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/smart-casual/>
4.11.2015
- Linna, M. 2015e. Toimiva vaatekaappi. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/toimiva-vaatekaappi/>
18.11.2015
- Linna, M. 2015f. Tyyli ja pukeutuminen. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/tyyli-ja-pukeutuminen/>
22.11.2015 22.11.2015
- Linna, M. 2015g. Työpukeutuminen. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/tyopukeutuminen/>
12.11.2015
- Linna, M. 2015h. Vaate on viesti. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/vaate-on-viesti/>
7.11.2015
- Linna, M. 2016i. Vartalotyypit ja pukeutuminen. Studio merilinna.
<http://pukeutumisopas.com/vartalotyypit-ja-varit-pukeutumisessa/>
1.11.2015
- Linna, M. 2015j. Värit pukeutumisessa.
<http://pukeutumisopas.com/varit-pukeutumisessa/>
8.11.2015
- Ritarikuntien kanslia. 2015. Kunniamerkkien käyttö. Suomen Valkoisen ruusun ja Suomen Leijonan ritarikunta.
<http://www.ritarikunnat.fi/index.php/fi/kaytto/kunniamerkkien-kaytto>
7.11.2015
- Sarvi, L. 2015. Muoti- ja tyylikonsultti. Nauhoitettu haastattelu 13.12.2015.
Suomen Vaatturiliitto. Pukeutumisetiketti. Suomen Vaatturiliitto.
<http://www.vaatturiliitto.fi/pukeutumisetiketti/6>
4.11.2015
- Särkikoski-Pursiainen, H. 2001. Bisnespukeutuminen. Helsinki: Edita.
- Ylikarjula, S. 2014. Värillä on väliä, värien symboliikka ja merkityksiä. Viro:
Katharos Oy.
- Virtuaali Ammattikorkeakoulu. Monimuotoinen / toiminnallinen opinnäytetyö.
Opinnäytetyön ohjausprosessi.
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html>
8.1.2016